

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI  
HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN DI GORO  
ASSALAAM PABELAN SUKOHARJO**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

**RAHAJENG YOGI RACHMAWATI**

**B100130131**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN DI GORO ASSALAAM PABELAN  
SUKOHARJO**

**PUBLIKASI ILMIAH**

Oleh :

**RAHAJENG YOGI RACHMAWATI**

**B100130131**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical and diagonal strokes, positioned above the printed name of the supervisor.

**Drs.Moehammad Nasir.M.M**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN DI GORO ASSALAAM PABELAN  
SUKOHARJO**

**OLEH**

**RAHAJENG YOGI RACHMAWATI**

**B100130131**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Sabtu, tanggal 11 Agustus 2018  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Drs.Moechammad Nasir M.M

(Ketua Dewan Penguji)

(.....)

2. Zulfa Irawati,S.E,M.Si

(Sekretaris Dewan Penguji)

(.....)

3. Drs.Ma'ruf,M.M

(Anggota Dewan Penguji)

(.....)

Dekan,  
  
(Dr. H. Syamsudin, SE., M.M.)

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, Agustus 2018

Penulis



**RAHAJENG YOGI RACHMAWATI**

**B100130131**

# ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN DI GORO ASSALAAM PABELAN SUKOHARJO

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden yaitu dari populasi pelanggan Goro Assalaam Pabelan Sukoharjo. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang masuk dan berbelanja di gerai yang ada di Goro Assalaam Pabelan Sukoharjo. Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* dengan mengambil sampel 130 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu studi lapangan dengan penyebaran kuesioner secara personal. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil yang diperoleh dari penelitian ini memiliki beberapa temuan. Harga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusi yang diberikan (*Adjusted R<sup>2</sup>*) sebesar 30,2% dan sisanya 69,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini.

**Kata kunci:** Harga, Kualitas pelayanan, Kepuasan konsumen.

## Abstract

The purpose of this study is to examine the variables that influence customer satisfaction. This study uses a quantitative approach. The data used in this study is the primary data. Primary data sources in this study were obtained directly from the respondents. Sample in this study is all consumers who come and buy something in Goro Assalaam Pabelan Sukoharjo store. Sampling technique used in this study is *convenience sampling* by taking samples of 130 respondents. Data collection methods used were field studies with personal questionnaire distribution. The analysis used in this research is test instrument of research, test of classical assumption, multiple linear regression analysis test, t test, F test and coefficient of determination ( $R^2$ ). The results obtained from this study have several findings. Price has positive affect to customer satisfaction. Quality of service has positive affect to customer satisfaction. Simultaneously Price and Quality of service have significant effect on customer satisfaction with contribution given (*Adjusted R<sup>2</sup>*) equal to 30,2% and the rest 69,8% influenced by other variable not included in this research model.

**Keywords:** Price, Quality of service, customer satisfaction.

## 1. PENDAHULUAN

Lajunya sektor perdagangan di Kota Surakarta dan sekitarnya tidak terlepas dari pola hidup konsumtif masyarakat yang didukung adanya pusat-pusat perbelanjaan, mulai dari pasar tradisional sampai pada swalayan, supermarket, mall hingga *department store* yang bermunculan dan jumlahnya makin bertambah. Hadirnya pusat perbelanjaan di Surakarta dan sekitarnya memberikan pilihan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya.

Salah satu jenis usaha yang menyediakan barang untuk keperluan masyarakat, yang juga memberikan pelayanan sebagai pelengkap usahanya adalah usaha bisnis ritel. Bisnis ritel meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara keseluruhan pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis (Kotler, 2007). Bisnis ritel merupakan bagian saluran distribusi yang berperan sebagai penghubung antara kepentingan produsen dengan konsumen.

Keberhasilan bisnis retail atau pasar swalayan banyak tergantung pada kemampuan penyelenggara pusat perbelanjaan atau swalayan dalam menarik perhatian dan simpati para pelanggan. Salah satu kunci keberhasilan perusahaan pelayanan jasa terutama pada bisnis ritel adalah segi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan di bidang jasa merupakan kunci utama dalam menjaring pelanggan dan memenangkan persaingan yang ada. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan akan mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya.

Apalagi fenomena pada dasawarsa terakhir ini banyak sekali bermunculan usaha ritel dalam klasifikasi menengah yang tersebar diberbagai tempat. Usaha ritel tersebut berusaha mendekati masyarakat dengan tujuan agar masyarakat tidak perlu jauh-jauh untuk mendapatkan barang kebutuhannya. Harganya pun juga cukup bersaing meskipun ada sebagian yang lebih tinggi dibandingkan dengan bisnis ritel yang lebih besar. Perbedaan harga ini perlu memperoleh perhatian bagi para peneliti untuk mengetahui apakah harga menjadi salah satu pertimbangan dalam mengunjungi sebuah swalayan untuk mendapatkan barang-barang yang diperlukannya.

Selain harga sebagai salah satu pertimbangan, setiap swalayan juga menyediakan berbagai pelayanan baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Pelayanan tersebut diharapkan dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk berkunjung kembali. Berbagai pelayanan dapat dilakukan oleh pengusaha antara lain adanya pelayanan dalam melakukan pembayaran cicilan, adanya ATM, ataupun pelayanan lainnya. Tentunya dengan adanya pelayanan khusus tersebut masyarakat akan berkunjung untuk memanfaatkan pelayanan dan juga diharapkan dapat melakukan pembelian.

Semakin ketatnya persaingan bisnis, kecenderungan pemasaran barang fisik pun berubah. Bukan lagi murni barang fisik yang dipasarkan tetapi juga dilengkapi dengan pelayanan (*service*) yang diharapkan mampu memuaskan pelanggan untuk menciptakan perbedaan dengan para pesaing bisnis. Persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis tersebut memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk dapat memilih, membuat keputusan, dan menentukan pilihannya pada perusahaan yang menawarkan dan memberikan pelayanan yang terbaik.

Suatu bisnis ritel atau swalayan dilakukan untuk memperoleh laba usaha. Namun demikian untuk dapat menjaga atau meningkatkan laba usaha, perusahaan melakukan berbagai upaya agar konsumen merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Untuk itu, perusahaan berusaha menciptakan kepuasan bagi konsumennya agar mereka dapat kembali berkunjung.

Kepuasan merupakan faktor utama bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Kepuasan tersebut dapat diketahui setelah pelanggan menggunakan produk atau jasa pelayanan. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan merupakan hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk atau jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran. Menurut Tjiptono (2004), “terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan perusahaan dengan

Pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-word*) yang menguntungkan bagi perusahaan”. Kotler, *et. al* (2007),”menandaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya”.

Salah satu tempat yang dapat mewakili keadaan sebagaimana terurai di atas adalah Goro Assalaam. Goro Assalam memiliki kegiatan usaha melayani serta menyediakan tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari bagi para pelanggannya. Goro Assalaam berdiri di wilayah Pabelan Sukoharjo, yang merupakan salah satu wilayah dengan budaya Islam yang kuat, sehingga Goro Assalaam didirikan berlandaskan pada keIslaman sebagai ciri khusus atau budaya yang diterapkan sebagai dasar dalam mengelola usaha tersebut. Dengan adanya Goro Assalaam, pemilik berharap masyarakat sekitar yang beragama Islam dapat berbelanja dengan sepuasnya tanpa memiliki kekhawatiran akan kehalalan barang yang akan mereka beli, selain itu Goro Assalaam juga menawarkan harga yang lebih murah, serta memberikan potongan khusus bagi pelanggan yang memiliki toko kelontong. Pelanggan Goro Assalaam sangat beragam, tidak hanya masyarakat muslim, masyarakat non muslim juga menjadi target pasar atau pelanggan Goro Assalaam. Karyawannya juga sangat beragam dan memiliki kemampuan yang baik dengan manajemen yang diatur dengan baik pula. Komunikasi yang terjadi antara pimpinan dan bawahan berjalan dengan baik melalui komunikasi intern maupun ekstern demikian juga dengan konsumen berlangsung sesuai aturan yang berlaku di Goro Assalam dan berjalan dengan baik.

Berdasarkan uraian di atas, untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Goro Assalam Pabelan Sukoharjo, penulis ingin mengadakan penelitian guna mengetahui sejauh manakah kebijakan harga dan pelayanan yang telah dilakukan oleh pengelola Goro Assalam dalam memberikan kepuasan kepada para pengunjung / pelanggan. Penelitian ini diharapkan mampu mengetahui secara menyeluruh bagaimana



tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan kebijakan harga dan kualitas pelayanan Goro Assalam Pabelan. Untuk keperluan tersebut, serta adanya keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian ini dengan judul :  
**PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI GORO ASSALAAM PABELAN SUKOHARJO.**

## **2. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana gejala-gejala sosial dimanipulasi dalam bentuk angka agar dapat dianalisis secara statistik untuk membuktikan hipotesis. Dari sudut pandang lain, penelitian ini merupakan penelitian inferensial, yaitu penelitian yang melakukan analisis hubungan antarvariabel dengan pengujian hipotesis.

Metode penelitian dengan menggunakan metode *survey* yaitu metode penyelidikan yang digunakan untuk mencari fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual dengan mempergunakan daftar pertanyaan yang terstruktur bagi responden. Kuesioner diajukan dengan menggunakan tipe likert yang kemudian ditabulasikan sebagai langkah awal untuk melakukan analisis data sebagai alat pengujian hipotesis.

Populasi penelitian adalah konsumen yang datang ke Goro Assalam, terutama yang masuk dan membeli di gerai Goro, bukan pengunjung yang hanya datang ke lokasi Goro saja namun tidak masuk ke gerai Goro.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti, dalam menentukan jumlah sampel yang seharusnya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang ke Goro Assalam, konsumen yang masuk dan membeli di gerai Goro, bukan pengunjung yang datang ke lokasi Goro namun tidak masuk ke gerai Goro. Sampel berjumlah 130 responden dari populasi pengunjung yang berbelanja di Goro Assalam Pabelan Sukoharjo.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber yaitu konsumen yang datang dan membeli di Goro Assalam Pabelan Sukoharjo. Data sekunder yaitu data-data yang diperoleh dari sumber-sumber kepustakaan, artikel majalah, hasil penelitian lalu, dan jurnal untuk mengetahui dan menemukan teori-teori yang mendukung penelitian ini (Sugiyono, 2008: 63). Data diperoleh dengan cara menyebar kuesioner pada konsumen dengan menggunakan metode *convenience sampling*. Kuesioner langsung diberikan kepada konsumen Goro Assalam Pabelan Sukoharjo di depan pintu masuk gerai. Dalam kuesioner terdapat rancangan pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis.

Peneliti menggunakan skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Goro Assalam Pabelan Sukoharjo dengan menentukan skor pada setiap pertanyaan. Skala Likert merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008).

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ). Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti karena variabel ini yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel independen atau variabel bebas (Ferdinand, 2006). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Indikator empiris yang digunakan untuk menjelaskan variabel kepuasan konsumen menurut Andreassen dan Lindestad dalam Fariza (2008), adalah sebagai berikut: 1. *Overall satisfaction* Yaitu kepuasan keseluruhan konsumen setelah berbelanja di Goro Assalam Pabelan Sukoharjo, 2. *Expectation satisfaction* Yaitu harapan yang ingin diperoleh pelanggan setelah berbelanja di Goro Assalam Pabelan Sukoharjo, 3. *Experience satisfaction*

Yaitu tingkat kepuasan yang dialami oleh pelanggan setelah berbelanja di Goro Assalam Pabelan Sukoharjo.

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Person Product Moment Correlation* dengan menggunakan program komputer yaitu SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) for windows 17.

Uji reliabilitas digunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS for Windows 17 dengan menggunakan model *Alpha*. Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2011).

Menganalisa masalah-masalah dengan menggunakan angka-angka atau perhitungan statistik. Analisa ini menggunakan Uji Asumsi Klasik, adapun pengujian dilakukan dengan teknik: Uji Normalitas menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*; Uji Heterokedastitas menggunakan uji *Glejser*; Uji Multikolinearitas dengan menggunakan metode enter yaitu dengan melihat pada *Tolerance Value/Variance Inflation Factor* (VIF); Analisa Regresi Berganda dengan  $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$ ; Koefisien determinasi ( $R^2$ ) Rumusnya adalah:  $R^2 = 1 - \frac{\sum e_i^2}{\sum y_i^2}$ ; Uji F (Uji Ketepatan Model); Uji t.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Goro Assalam salah satu tempat berbelanja di kota Solo yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok yang dibutuhkan untuk kegunaan sehari-hari. Kebutuhan pokok yang tersedia disini harganya relatif lebih murah sehingga bisa dijadikan tempat perkulakan oleh konsumen yang nantinya produk bisa dijual kembali oleh konsumen ataupun konsumen bisa langsung berbelanja dengan harga yang murah untuk konsumsi sendiri. Goro Assalam juga sering mengadakan promo produk yang harganya lebih murah dari harga bias/anya.

Banyak sarana yang tersedia untuk menunjang kenyamanan konsumen yang berbelanja antara lain area parkir yang luas dan satu-satunya usaha ritel yang tempat parkirnya tidak dipungut biaya. Area bermain tersendiri atau gamestation yang bisa dimanfaatkan untuk tempat bermain putra putrinya saat berbelanja ataupun singgah. Disekitar bangunan utama terdapat food garden

yang cukup luas serta banyak pilihan menu makanan yang harganya terjangkau dan halal. Fasilitas yang ada adalah masjid yang besar yang berada di area halaman yang bisa dimanfaatkan konsumen untuk beribadah ataupun untuk rest area saat perjalanan melewati Goro Assalam.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Question	r tabel	r hitung
KPL1	0,122	0,295
KPL2	0,122	0,382
KPL3	0,122	0,259
KPL4	0,122	0,327
KPL5	0,122	0,284

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Dari tabel 1 terlihat bahwa seluruh pertanyaan tentang kepuasan konsumen valid dengan melihat hasil korelasi dan nilai signifikansi dari hasil uji nilai  $r_{hitung}$  (*pearson correlation*) menunjukkan nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Question	r tabel	r hitung
KP1	0,122	0,372
KP2	0,122	0,307
KP3	0,122	0,285
KP4	0,122	0,429
KP5	0,122	0,191

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Dari tabel 2 terlihat bahwa seluruh pertanyaan tentang kualitas pelayanan valid dengan melihat hasil korelasi dan nilai signifikansi dari hasil uji nilai  $r_{hitung}$  (*pearson correlation*) menunjukkan nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Question	r tabel	r hitung
H1	0,122	0,807
H2	0,122	0,702
H3	0,122	0,800
H4	0,122	0,893
H5	0,122	0,627

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Dari tabel 3 terlihat bahwa seluruh pertanyaan tentang harga valid dengan melihat hasil korelasi dan nilai signifikansi dari hasil Uji nilai  $r_{hitung}$  (*pearson correlation*) menunjukkan nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Harga	0,826	Reliable
Kualitas Pelayanan	0,621	Reliable
Kepuasan Konsumen	0,611	Reliable

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Dari tabel 4 di atas dapat dijelaskan bahwa hasil uji reliabilitas masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 maka seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	0,873
Asymp. Sig. (2	0,430
Keterangan	Normal

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Dari tabel 5 diketahui nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* adalah 0,873 dengan *Asymp.Sig.(2-tailed)* 0,430 > 0,05. Berarti memenuhi syarat berdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	1,000	1,000	Bebas Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	1,000	1,000	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Tabel 6 menunjukkan nilai *tolerance* dari semua variabel bebas lebih dari 0,10. Variabel harga dengan nilai *tolerance* 1,000, variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai *tolerance* sama dengan variabel harga yaitu 1,000, sehingga jika melihat dari nilai *tolerance* maka hasil dari pengolahan data ini tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan dengan melihat hasil VIF dari semua variabel bebas diperoleh hasil pengolahan VIF untuk variabel harga dan variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai yang sama untuk VIF yaitu 1,000. Hasil tersebut tidak melebihi 10 sehingga dari hasil keseluruhan tersebut maka hasil penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	p-value	Keterangan
Harga	0,577	Bebas Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,211	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Berdasarkan output hasil olah data SPSS pada tabel 7 diperoleh nilai signifikansi untuk variabel harga  $0,577 > 0,05$  sehingga variabel harga tidak mengalami heteroskedastisitas. Variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai signifikansi  $0,211 > 0,05$ . Nilai signifikansi kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga variabel harga dan kualitas pelayanan tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	$t_{hitung}$	$p-value$
Konstanta	22,644	19,505	0,000
Harga	0,200	2,268	0,022
Kualitas Pelayanan	0,203	3,465	0,002

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Berdasarkan pengujian hasil regresi linier berganda seperti yang ditunjukkan pada tabel 8, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:  $Y = 22,644 + 0,200X_1 + 0,203X_2 + \varepsilon$

Dari persamaan tersebut Nilai konstanta 22,644, artinya jika variabel harga ( $X_1$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) tidak diperhitungkan, maka kepuasan konsumen 22,644. Koefisien regresi harga 0,200 dengan parameter positif, berarti apabila terjadi peningkatan potongan harga dan peningkatan kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen akan meningkat 0,200, dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien regresi kualitas pelayanan 0,203 dengan parameter positif, berarti apabila terjadi peningkatan kualitas pelayanan, maka kepuasan konsumen meningkat 0,203, dengan asumsi variabel lain konstan.

Tabel 9. Hasil Uji Determinasi  $R^2$

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.351	0.126	0.302	2.445

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Nilai *adjusted R Square* pada penelitian ini 0,302 artinya 30,2% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel independen (harga dan kualitas pelayanan). Sedangkan sisanya 69,8% dijelaskan oleh faktor-faktor yang lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Tabel 10. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	91.977	2	45.939	8.457	.000 <sup>a</sup>
Residual	698.120	127	5.497		
Total	790.018	129			

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Hasil perhitungan diperoleh nilai  $F_{hitung} = 8,457$  dan  $F_{tabel} = 4,047$  didukung  $sig = 0,000$ . Dengan membandingkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan  $sig < \alpha$  ( $8,457 > 4,047$  dan  $0,000 < 0,05$ ), berarti variabel antara harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Goro Assalam Pabelan Sukoharjo.

Tabel 11. Uji Hipotesis (Uji t)

Variabel	$t_{hitung}$	$p-value$	Keterangan
Harga	2,268	0,022	H <sub>1</sub> diterima
Kualitas Pelayanan	3,465	0,002	H <sub>2</sub> diterima

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Hasil perhitungan diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2,268$  dan  $t_{tabel} = -2,012$ , didukung  $sig = 0,022$ . Dengan membandingkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig < \alpha$  ( $2,268 > 2,012$  dan  $0,022 < 0,05$ ), maka H<sub>1</sub> diterima, artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Goro Assalam Pabelan Sukoharjo.

Hasil perhitungan diperoleh nilai  $t_{hitung} = 3,465$  dan  $t_{tabel} = 2,012$ , didukung  $sig = 0,002$ . Dengan membandingkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig < \alpha$  ( $3,465 > 2,012$  dan  $0,002 < 0,05$ ), maka H<sub>2</sub> diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Goro Assalam Pabelan Sukoharjo.

Hipotesis yang pertama adalah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Goro Assalam Pabelan Sukoharjo. Dari hasil olah data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai  $t_{hitung}$  2,268 dengan nilai sig 0,022, maka hipotesis ini diterima. Artinya harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi harga suatu barang maka akan menaikkan kepuasan konsumen, dengan alasan bahwa barang yang memiliki kualitas

baik, pasti akan mempunyai harga jual yang tinggi, karena banyak yang meminati produk tersebut selain itu barang yang berkualitas baik juga memiliki bahan baku yang berkualitas, untuk mendapatkan bahan baku yang bermutu tinggi memerlukan biaya yang besar, oleh karena itulah harga barang juga semakin tinggi, namun kepuasan konsumen juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Diasari dan Oetomo (2016) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis yang kedua adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Goro Assalam Pabelan Sukoharjo. Dari hasil olah data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai  $t_{hitung}$  3,465 dengan nilai sig 0,002, maka hipotesis ini diterima. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan produsen ke konsumen, maka secara tidak langsung konsumen akan merasa senang, tingkat kesenangan konsumen tersebut yang membentuk kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh tempat belanja, maka kemungkinan besar konsumen atau konsumen akan kembali untuk berbelanja, sehingga akan meningkatkan penghasilan pada toko atau tempat belanja tertentu. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil Diasari dan Oetomo (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis ketiga adalah harga dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Goro Assalam Pabelan Sukoharjo. Dari hasil olah data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} = 8,457$  dan  $F_{tabel} = 4,047$  didukung  $sig = 0,000$  berarti variabel antara harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa semakin baik pelayanan dan harga yang diberikan ke konsumen, maka secara tidak langsung konsumen akan merasa senang, tingkat kesenangan konsumen tersebut yang membentuk kepuasan konsumen. Apabila konsumen



merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh tempat belanja, maka kemungkinan besar konsumen akan kembali untuk berbelanja, sehingga akan meningkatkan penghasilan pada toko atau tempat belanja tertentu. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil Diasari dan Oetomo (2016) yang menyatakan bahwa harga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

#### **4. PENUTUP**

Dari hasil uji asumsi klasik dapat diketahui bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal, bebas dari gejala multikolinieritas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan begitu data yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat untuk dapat menggunakan model regresi linear berganda.

Variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga  $H_1$  diterima. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga  $H_2$  diterima. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga  $H_3$  diterima. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai *adjusted R Square* pada penelitian ini sebesar 0,302 artinya 30,2% variable kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel independen (harga dan kualitas pelayanan). Sedangkan sisanya sebesar 69,8% dijelaskan oleh faktor-faktor yang lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amirullah.2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Jakarta: Graha Ilmu.
- As'ad. Moh.2004. *Psikologi Industri: Seri Ilmu Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Liberty.
- Diasari,Setya Ayu.,Hening Widi Oetomo.2016. Pengaruh harga, produk dan kualitas Layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*: Volume 5, Nomor 12. ISSN : 2461-0593.
- Fandi Tjiptono. 2010. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

- Ghozali, Mochamad. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 3 (2014).
- Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. edisi 3. PT.Gramedia Pustaka: Jakarta.
- Hermann, et, al. *The Social Influence Of Brand Community : Evidence From European CarClubs* (Journal Marketing : 2007), Vol 69, 1.
- Hisam Mohammed Wamique., Mohammed Wamique., Moinuddin Ahmad.2016. *The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: A Study on Selected Retail Stores in India.International Review of Management and Marketing*.ISSN: 2146-4405.
- Kotler, Philip & Keller, K.L (2007) *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. (Bob sabran. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Mangkunegara, Anwar.P.2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Rosda Karya.
- Nugraha, Yuda Cahya. 2016. Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan Terhadap kepuasan (studi pada konsumen circle-k). *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.3.No.1.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong. 2005. *Dasar – dasar Pemasaran*. Jakarta : Prehallindo.
- Prayoga, Bayu Putra., Ni Made Wulandari Kusumadewi., Alit Suryani. 2015. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Dan loyalitas pelanggan pada ramayana *Department store* di kota denpasar. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*: Volume 6, Nomor 11.
- Rahardja, Prathama dan Mandala Manurung.2004. *Teori Ekonomi Makro Suatu Pengantar*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Saidani basrah., Samsul Arifin. 2012. Pengaruh kualitas produk dan kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen dan Minat beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* (JRMSI). Vol.3.No.1.
- Schiffman dan Kanuk.2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Tujuh. Jakarta: Indeks.
- Setiadi.2005. *Pendekatan Teoritis Dan Praktis Komitmen Organisasional: Bagaimana Komitmen Karyawan Diwujudkan Dalam Organisasi*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*: Volume 4, Nomor 10. ISSN : 2460-0592.
- Sugiyono.2018. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.